

Área: Contabilidade | **Tema:** Temas Emergentes em Contabilidade

AS OPORTUNIDADES PARA OS PROFISSIONAIS CONTÁBEIS FRENTE AS NECESSIDADES DAS ORGANIZAÇÕES

OPPORTUNITIES FOR ACCOUNTING PROFESSIONALS ACCORDING TO ORGANIZATIONS' NEEDS

Mylena Chaves Brik e Gilson Henrique Panosso

RESUMO

A inserção tecnológica, nas mais diversas áreas do conhecimento, tem provocado intensas mudanças no mercado de trabalho, exigindo que os profissionais se mantenham atentos às alterações a fim de que suas práticas estejam coerentes com as necessidades do mercado em que atua. Evidentemente a profissão contábil não se encontra alheia a estas mudanças e neste contexto o presente estudo busca prognosticar as oportunidades para os profissionais contábeis frente às necessidades das organizações. Para adequado alcance do objetivo proposto foi realizada pesquisa de levantamento junto a empresas situadas na área de abrangência da URI, campus de Frederico Westphalen, RS, sendo os resultados obtidos abordados de forma predominantemente qualitativa. A partir do desenvolvimento deste estudo verificou-se que o mercado demanda de profissionais capazes de fornecer informação contábil útil tanto para empresários habituados à utilização de plataformas digitais quanto para aqueles que ainda estão começando a utilizar a tecnologia no meio profissional, contribuindo de forma efetiva nos processos de tomada de decisão das organizações e impulsionando o crescimento das mesmas.

Palavras-Chave: Necessidades das organizações. Serviços contábeis. Futuro da contabilidade.

ABSTRACT

Technology insertion, in the most diverse areas of knowledge, has caused intense changes in the labor market, demanding that the professionals keep an eye out for changes so that their practices are consistent with the needs of the market in which it operates. The accounting profession is not unaware of these changes, and in this context, this study aims to predict the opportunities for accounting professionals because of the organization's needs. For the adequate achievement of the proposed aim a survey was carried out with companies located in the area covered by the URI, campus of Frederico Westphalen, RS, the results obtained were approached in a predominantly qualitative way. From the development of this study, it was found that the market demands professionals capable of providing useful accounting information both for entrepreneurs accustomed to using digital platforms, as for those who are still starting to use technology in the professional environment, effectively contributing to organizations' decision-making processes and driving their growth.

Keywords: Organizations' needs. Accounting services. Accounting future.

AS OPORTUNIDADES PARA OS PROFISSIONAIS CONTÁBEIS FRENTE AS NECESSIDADES DAS ORGANIZAÇÕES

1 INTRODUÇÃO

A classificação da ciência contábil como uma ciência social remete ao fato de que a mesma deve adequar-se às necessidades do meio social no qual é aplicada. Dessa forma, considerando o constante desenvolvimento tecnológico e o maior dinamismo nas relações empresariais, evidencia-se que o profissional contábil, ao estar inserido neste meio, deve possuir competências que permitam que o mesmo contribua, de forma efetiva, para a obtenção de sucesso por parte de seus clientes.

As mudanças vivenciadas pela sociedade têm alterado os métodos utilizados pelos profissionais contábeis, o avanço de tecnologias de informação tem simplificado algumas atividades contábeis e até mesmo substituído este profissional em algumas tarefas específicas.

A inserção tecnológica culmina em questionamentos quando a essencialidade deste profissional e o seu verdadeiro papel nas entidades. Nota-se que a complexidade das atuais relações comerciais exige profissionais mais completos, dessa forma, é válido destacar que possuir os conhecimentos técnicos de contabilidade e de seus ramos não deixou de ser importante, porém, é o mínimo que se espera dos bacharéis em ciências contábeis.

É de grande importância que os graduandos de ciências contábeis já possuam esta percepção de que, como futuros empreendedores e proprietários de empresas contábeis, deverão ter capacidades, por exemplo, de desenvolvimento, manutenção e gestão de relações pessoais, visto que para prestarem os serviços a que se proporem será necessário o auxílio de outros profissionais e a própria entrega destes serviços, mesmo quando prestados a pessoa jurídica, ocorrerá, também, por meio de relações e contato com pessoas.

As situações elencadas constituem-se apenas de alguns exemplos de habilidades que podem ser exigidas dos profissionais contábeis, demonstrando que o currículo destes profissionais deve se tornar cada vez mais diversificado, para tanto é importante que sejam identificadas quais são as principais demandas do mercado.

Perante o exposto e considerado o reduzido debate sobre estes assuntos define-se como problema deste estudo: “Quais as oportunidades de mercado para os profissionais contábeis frente às necessidades verificadas nas organizações?”

A partir da definição do problema o objetivo geral deste estudo consistiu em prognosticar as oportunidades para os profissionais contábeis frente as necessidades das organizações, sendo que para adequado alcance do objetivo geral estabelecido definiu-se os seguintes objetivos específicos: realizar pesquisa de levantamento junto aos empresários para identificar suas necessidades quanto aos serviços contábeis e, prognosticar o futuro da profissão contábil com base nas necessidades do mercado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A abordagem deste estudo estrutura-se em quatro tópicos, os quais apresentam conceituações sobre a evolução da ciência contábil, a função do contador nas empresas, características qualitativas da informação contábil e perspectivas para o mercado contábil.

2.1 EVOLUÇÃO DA CIÊNCIA CONTÁBIL

O debate quanto ao surgimento da ciência contábil remete, normalmente, a figura do frade franciscano Luca Pacioli que expôs por meio de sua obra *Tractatus de Computis et*

*Scripturis*¹, em 1494, o sistema das partidas dobradas, base primordial da aplicação da contabilidade. (MARTINS, 2001).

Entretanto, Iudícibus (2015, p. 16-17) contribui ao expor que: “É possível localizar os primeiros exemplos completos de contabilização, [...] seguramente no terceiro milênio antes de Cristo, [...]. Mas é provável que algumas formas rudimentares de contagem de bens tenham sido realizadas bem antes disto, talvez por volta do quarto milênio antes de Cristo”.

A colaboração do autor remete a construção de um entendimento no sentido de que a preocupação do homem em controlar e possuir informações quanto aos seus bens, mesmos que estes fossem apenas instrumentos ou rebanhos, culminou no desenvolvimento da contabilidade, inicialmente apenas como técnica e posteriormente como ciência.

Neste contexto verifica-se que antes mesmo da existência da moeda, da escrita e dos números, a contabilidade já se fazia presente de forma empírica, por meio da utilização de figuras que identificassem quantitativa e qualitativamente o patrimônio. (IUDÍCIBUS; MARION; FARIA, 2018).

É a partir do desenvolvimento econômico verificado nos séculos XII e XIII, nos grandes centros comerciais da Europa, como Gênova e Veneza, que a contabilidade entra em sua fase moderna, acompanhando as evoluções percebidas nas relações econômicas da época. Nesta fase surgem os trabalhos de Luca Pacioli, citado no início deste capítulo, e a partir de então o pensamento contábil evoluiu por meio do surgimento de Escolas e teorias, culminando na ciência contábil tal como conhecemos nos dias atuais. (MARTINS, 2001).

Destaca-se que apesar das técnicas alterarem-se ao decorrer da história, principalmente em virtude do desenvolvimento de mecanismos mais modernos, a contabilidade sempre manteve sua máxima de informar. Dessa forma, sua evolução encontra-se intimamente atrelada a própria evolução e progresso da humanidade. (MARTINS, 2001).

Desenvolver-se em consonância com a humanidade significa dizer que a ciência contábil deve ser capaz de adequar-se às novas necessidades e exigências das relações comerciais e econômicas, a fim de que a mesma possa cumprir seu papel de fornecedora de informações, sendo necessário para tanto que os profissionais da área acompanhem estas mudanças, visando desempenhar de forma adequada suas funções nas empresas.

2.2 A FUNÇÃO DO CONTADOR NAS EMPRESAS

Conforme já evidenciado a ciência contábil encontra-se, desde seu surgimento, em constante evolução, Cosenza, Gomes e Devillart (2015, p. 34) elucidam sobre as atuais funções do contador nas empresas ao expor que “É fato que as mudanças econômicas, sociais e tecnológicas vêm influenciando a evolução da atualização do profissional contábil”, os autores destacam ainda que ao contador compete a função de “[...] desenvolver habilidades que produzam informações que subsidiem o sistema de gestão no planejamento, organização, execução e controle das atividades, de forma a contribuir para o alcance das metas e objetivos da entidade”. (COSENZA; GOMES; DEVILLART., 2015, p. 34).

Entretanto, Marion (2015, p. 5) alerta que “[...] em nosso país, em alguns segmentos da economia, principalmente na pequena empresa, a função do contador foi distorcida (infelizmente), estando voltada exclusivamente para satisfazer às exigências do fisco”.

Esta distorção na função do contador nas empresas contribui para desvalorização deste profissional, exigindo que seja resgatada a essência da ciência contábil e expostas as contribuições que os profissionais contábeis podem promover.

¹ A obra *Tractatus de Computis et Scripturis* (Tratado Particular de Computação e Escrita) constitui-se de uma das unidades do livro *Summa de Aritmética, Geometria, Proportioni et Proportionalita* (Súmula de Aritmética, Geometria, Proporções e Proporcionalidade), editado em Veneza por Paganino dei Paganini, no ano de 1964. (SÁ, 2004).

De fato, o profissional contábil pode atuar em diversos setores da organização, trabalhando como responsável técnico pela contabilidade da empresa, analista financeiro, gestor, *controller*, auditor interno, ou ainda prestando serviços de consultoria empresarial contábil, auxiliando os gestores na definição das melhores opções de investimentos, entre outras atribuições que podem ser abrangidas por este profissional. (SILVA, 2008).

Destaca-se, que apesar dos diferentes cargos que o profissional contábil pode desempenhar no meio empresarial coincide a característica de que todas as funções elencadas remetem a este profissional a característica de provedor de informações à alta administração.

A identificação do profissional contábil como fornecedor de informações que serão utilizadas nos processos de tomada de decisão remete à necessidade de que as informações que forem oferecidas aos gestores possuam características qualitativas, visto que as mesmas podem contribuir para o sucesso ou fracasso da empresa.

2.3 CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

O Comitê de Pronunciamentos Contábeis por meio da aprovação em 2 de dezembro de 2011 do CPC 00 (R1) Estrutura Conceitual para elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro, apresenta disposições quanto as características qualitativas da informação contábil-financeira útil. Destaca-se que o referido Pronunciamento foi elaborado tendo por base o *The Conceptual Framework for Financial Reporting (BV2011)*² emitido pelo *International Accounting Standards Board (IASB)*³, representando uma das medidas adotadas no processo de harmonização da contabilidade brasileira às normas internacionais. (CPC, 2011).

Conforme citado anteriormente, o objetivo primordial da ciência contábil consiste em fornecer informação aos seus usuários, entretanto, é imprescindível que esta informação seja útil e capaz de contribuir no processo de tomada de decisão.

Sob esta perspectiva Iudícibus, Marion e Faria (2018, p. 45) ressaltam que “A informação contábil, como todo bem econômico, tem um custo, e esse custo deve ser sempre comparado com os benefícios esperados da informação”, ou seja, é importante que os benefícios proporcionados pela informação contábil superem os custos necessários para produzi-la.

Para que a informação contábil-financeira possa ser classificada como útil o CPC (R1) 00 define características qualitativas fundamentais orientando que “Se a informação contábil-financeira é para ser útil, ela precisa ser relevante e representar com fidedignidade o que se propõe a representar”. (CPC, 2011, p. 14).

De fato, uma informação não pode ser caracterizada como útil se não puder ser identificada como relevante à entidade, neste contexto a relevância é verificada quando a informação for capaz de influenciar nas decisões de seus usuários ou na avaliação de eventos. (IUDÍCIBUS; MARION; FARIA, 2018).

A segunda característica qualitativa fundamental da informação contábil útil consiste na representação fidedigna, verificada quando a informação representa adequadamente determinado fenômeno. Define-se, ainda, que uma informação possui fidedignidade quando a mesma for completa, neutra e livre de erro. (CPC, 2011).

É necessário considerar que a fidedignidade e a relevância são características cumulativas, sendo a presença de ambas fundamental para determinar o nível de utilidade da informação.

O Pronunciamento Conceitual Básico sugere ainda que após verificada as características qualitativas fundamentais “A utilidade da informação contábil-financeira é melhorada se ela for comparável, verificável, tempestiva e compreensível”. (CPC, 2011, p. 14).

² A Estrutura Conceitual para Relatórios Financeiros (tradução nossa).

³ Conselho Internacional de Normas Contábeis (tradução nossa).

As características qualitativas fundamentais e de melhoria da informação elencadas podem ser usadas como parâmetros para determinar o nível de utilidade de uma informação para um usuário específico, contribuindo na definição da relação entre os custos necessários para produzi-la e os benefícios provenientes da mesma.

Compreende-se que a disponibilização de informações contábeis aos administradores das organizações estabelece um elo entre a área contábil e os outros setores da sociedade empresárias, visto que classificando-se como informação contábil-financeira útil a mesma poderá ser utilizada no processo de tomada de decisões de variados âmbitos da organização, influenciando e embasando decisões quanto a realização de investimentos externos, ampliação empresarial, diversificação dos produtos ou serviços ofertados, por exemplo.

2.4 PERSPECTIVAS PARA O MERCADO CONTÁBIL

A inserção da tecnologia no meio empresarial e nas próprias atividades contábeis tem produzido intensas mudanças para a profissional contábil, promovendo discussões quanto ao futuro desta profissão. No que tange às perspectivas para o mercado contábil, Cordeiro e Duarte (2006, p. 89) destacam que “Não há dúvida de que o profissional contábil caminha para a intelectualidade”, de fato percebe-se que a valorização do conhecimento encontra-se em constate crescimento no mercado de trabalho, nas mais diversas áreas o *know how* tornou-se termo recorrente, demonstrando que, em meio a tantas tecnologias capazes de substituir os seres humanos no desempenho de algumas atividades, ter conhecimento e experiências que permitam visão analítica das situações consiste em um diferencial positivo para o currículo.

Cordeiro e Duarte (2006, p. 89) contribuem ao expor que “o exercício da contabilidade deverá ultrapassar sua área específica de atuação e se integrar com as mais diversas áreas de conhecimento aplicadas aos negócios, como Economia, Administração, Direito”.

Na mesma linha de pensamento, verifica-se a evolução da contabilidade, no sentido de que o contador se torne um verdadeiro “parceiro de negócios”, contribuindo para o processo de gestão de forma mais participativa e relevante. (PIRES, et. al., 2009). Estas mudanças na percepção quanto a profissão contábil remete a dois resultados distintos que ocorrerão de forma simultânea, inicialmente considera-se que estas alterações representarão uma valorização da profissão contábil, por outro lado, a necessidade de adaptação e a exigência de competências mais diversificadas acabarão excluindo profissionais do mercado.

Em pesquisa realizada pela empresa norte-americana de consultoria Ernst & Young (EY) e publicada em 2013, foram elencadas as dez profissões que deixarão de existir até 2025, os resultados desta pesquisa foram objeto de reportagem do Jornal O Globo, e na ocasião houve certa confusão em relação à tradução do termo em inglês *tax preparers*, a expressão foi traduzida como “contador”, ocasionando diversas discussões sobre a possível extinção da profissão. Entretanto, em nota publicada na própria matéria do O Globo, a YE esclareceu que “[...] houve imprecisão na tradução do material, pela YE, que utilizou o termo “contador” para a expressão inglesa “*tax preparer*” (preparador de obrigações fiscais do Imposto de Renda e demais tributos). (O GLOBO, 2016).

A análise realizada pela YE, juntamente com a nota de esclarecimento fornecida ao Jornal O Globo e publicada pelo mesmo, contribui para validar o entendimento de que o avanço tecnológico ocasionará intensas mudanças na atividade contábeis, sendo que de fato, as atividades de simples apuração e cálculo de tributos serão substituídas por *softwares*. Em consonância ao apresentado Hernandez (2018, p. 96) argumenta que “Na prática, estamos caminhando para uma extinção das atividades puramente de rotinas”, ou seja, o profissional contábil desempenhará cada vez menos tarefas repetitivas, inserindo-se em atividades que exijam uma visão analítica das situações e conhecimentos para indicar caminhos e soluções.

Ainda sobre o futuro da profissional contábil, Cordeiro e Duarte (2006, p. 89) chamam atenção para o fato de que “O trabalho de interpretação e decisão será a sua maior área de atividade e a mensuração qualitativa será adicionada à mensuração quantitativa, que tem sido o forte do especialista contábil”, nesse contexto, ainda conforme os autores, “O capital intelectual será a matéria-prima do mundo novo, orientado pela informação”.

Perante o exposto, torna-se possível a compreensão de que a profissão contábil tal como é conhecida atualmente realmente encontra-se em extinção, entretanto, durante este processo será verificada a ascensão de um novo profissional contábil, o qual possuirá conhecimentos amplos de mercado, percepção de negócio, visão empreendedora e noções de marketing.

Em referência a necessidade de que o contador desenvolva outras habilidades, além das competências técnicas necessárias para desempenho das práticas contábeis, Pires et al. (2009, p. 162) alertam quanto “[...] as expectativas de que o contador esteja apto a participar da gestão da entidade, comunicando suas ideias e interagindo com as demais áreas organizações, não apenas descobrindo problema, mas contribuindo para a sua solução”.

As percepções quanto às competências a serem desenvolvidas pelo empreendedor contábil ensejam perspectivas sobre o futuro da contabilidade, evidenciando o intenso de processo de evolução desta profissão.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo serão expostos os procedimentos metodológicos utilizados neste estudo.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO À ABORDAGEM

O presente estudo classifica-se como uma pesquisa básica, visto que esta abordagem de pesquisa engloba estudos científicos que visam expandir conhecimentos teóricos, sem estabelecer necessidade de aplicação imediata. (APPOLINÁRIO, 2011).

De fato, o desenvolvimento de uma pesquisa básica ocorre com o intuito de adquirir conhecimentos sobre determinado assunto, englobando a produção de teorias ou, ainda, a testagem de teorias já existentes (FLICK, 2012; MATIAS-PEREIRA, 2016).

3.2 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA QUANTO AOS OBJETIVOS

O enquadramento de uma pesquisa em exploratória, descritiva ou explicativa ocorre com base nos objetivos definidos para o estudo (BEUREN et al, 2013).

A pesquisa exploratória é aplicada com o intuito de aprofundar a conceituação de temas ainda não debatidos suficientemente em outros estudos, à vista disso este tipo de pesquisa contribui para melhorar a compreensão do problema em tela e conseqüentemente facilitar a visualização de hipóteses (BEUREN et al, 2013).

Perante o exposto, identifica-se a presença da pesquisa exploratória na realização deste estudo, visto que o mesmo busca aumentar o entendimento sobre o tema e promover a construção de conhecimentos sobre o mesmo, enquanto que a pesquisa descritiva é verificada neste estudo, visto que seus objetivos envolvem a identificação de competências a partir da descrição do cenário, a qual foi obtida por meio do procedimento de levantamento (*survey*).

No entendimento de Matias-Pereira (2016, p. 90) a pesquisa descritiva “[...] visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre as variáveis”, o autor contribui ainda ao expor que a aplicação da pesquisa descritiva envolve a utilização de técnicas padronizadas para realização da coleta de dados. (MATIAS-PEREIRA, 2016).

3.3 ABORDAGEM DO PROBLEMA

O problema de uma pesquisa pode ser abordado de duas maneiras distintas, quantitativamente ou qualitativamente, vale ressaltar que apesar de possuírem características diferentes, ambas podem ser utilizadas de forma concomitante durante um estudo. (MARTINS; THEÓPHILO, 2016).

Lakatos e Marconi (2017, p. 302) expõem que “O estudo qualitativo desenvolve-se numa situação natural, oferecendo riqueza de dados descritivos, bem como focalizando a realidade de forma complexa e contextualizada”, de forma que essa abordagem exige que o pesquisador considere a interferência das variáveis presentes no contexto da situação-problema.

Por outro viés a pesquisa quantitativa caracteriza-se pela utilização de instrumentos estatísticos para realização da coleta e tratamento dos dados (BEUREN et al., 2013). Martins e Theóphilo (2016, p. 107) contribuem ao expor que este modelo de abordagem do problema consiste em “[...] organizar, sumarizar, caracterizar e interpretar os dados numéricos coletados”.

Perante as conceituações a utilização da abordagem quantitativa permite a obtenção de um estudo com dados que possam ser facilmente organizados e expostos, dessa forma nota-se que esta abordagem alcança resultados mais objetivos e claros.

Entretanto, ao supor que tudo pode ser quantificável e traduzido em números, a abordagem quantitativa acaba não considerando, de forma mais profunda, as variáveis externas e as influências que estas podem causar sobre a situação pesquisada (MICHEL, 2015).

Em virtude de sua limitação, a abordagem quantitativa foi utilizada neste estudo apenas para realização do levantamento por meio de questionário e síntese de algumas perguntas específicas deste instrumento de pesquisa, sendo verificada dessa forma a predominância da abordagem qualitativa neste estudo.

3.4 PROCEDIMENTOS PARA REALIZAÇÃO DA PESQUISA

Os procedimentos para realização de uma pesquisa representam a forma como esta foi conduzida (BEUREN et al, 2013), sendo que para o desenvolvimento do presente estudo foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e o levantamento.

Beuren et al. (2013, p. 86) destacam a relevância da pesquisa bibliográfica ao expor que “Por ser de natureza teórica, a pesquisa bibliográfica é parte obrigatória, da mesma forma como em outros tipos de pesquisa, haja vista que é por meio dela que tomamos conhecimento sobre a produção científica existente”. Dessa forma, a utilização da pesquisa bibliográfica neste estudo apresenta-se no fornecimento de conceituações e percepções sobre os temas debatidos.

Lakatos e Marconi (2017, p. 331) expressam que “As pesquisas de levantamento se caracterizam pela indagação direta das pessoas, objetivando conhecer como se comportam”, permitindo uma maior aproximação do tema proposto à realidade observada.

Em geral, conforme exposto por Baptista e Campos (2016), a utilização do levantamento como procedimento de pesquisa visa descrever, explicar e explorar fenômenos. Ainda, segundo os autores “Pode-se chegar também a uma explicação para a presença daquele fenômeno e consegue-se explorar um tema que não está claro para o pesquisador” (BAPTISTA; CAMPOS, 2016, p. 106). Dessa forma, a utilização do levantamento possibilitou a obtenção de dados que contribuíram para formulação de soluções adequadas ao problema proposto no estudo.

3.5 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Baptista e Campos (2016, p. 210) expressam que “Em Estatística, a *população* é o conjunto formado por todos os elementos que têm pelo menos uma característica comum de interesse do pesquisador em que são observados os resultados de um ou mais fenômenos de

interesse [...]” enquanto que a amostra “[...] é qualquer subconjunto finito de elementos da população que, portanto, apresenta as mesmas características da população”.

A utilização de conceitos de população e amostra permite que a coleta de dados ocorra em uma determinada parcela da população, consistindo em um processo frequentemente utilizado em estudos que possuem população numerosa e em que se verifica a impossibilidade de obter dados de todos os componentes da população. (BEUREN et al., 2013).

A população do presente estudo consiste nas empresas localizadas na área de abrangência da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI), campus de Frederico Westphalen.

No que tange à realização do levantamento para verificação das necessidades das empresas quanto aos serviços contábeis, a amostra constituiu-se de 38 (trinta e oito) empresas pertencentes à população definida, sendo o porte a característica que segregou a referida amostra, subdividindo-as entre microempresas, empresas de pequeno porte e empresas de grande porte, conforme observa-se na tabela abaixo:

Quadro 01: Distribuição das empresas por porte e por localização

Porte	Município/UF	Quantidade
Micro	Frederico Westphalen/RS	6
	Palmeira das Missões/RS	4
	Palmitinho/RS	5
	Rodeio Bonito/RS	4
	Seberi/RS	2
	Palmitos/SC	4
Pequeno	Frederico Westphalen/RS	2
	Rodeio Bonito/RS	2
	Seberi/RS	6
Grande	Frederico Westphalen/RS	2
	Palmitos/SC	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Destaca-se que para este estudo foram consideradas as definições de porte oferecidas pela Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e alterações subsequentes, delimitando como microempresas aquelas que auferem receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e como empresa de pequeno porte aquelas que auferem receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais). (BRASIL, 2006).

Perante o exposto considerou-se que àquelas empresas não enquadrados na letra da lei como microempresa ou empresa de pequeno porte resta a classificação de empresa de grande porte.

3.6 PLANO E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Lakatos e Marconi (2017, p. 334) definem que “A coleta de dados é a fase da pesquisa que se ocupa de reunir as informações necessárias aos objetivos da investigação e aos problemas que o pesquisador objetiva resolver”.

Ao considerar que os dados obtidos embasaram análises e formulações para resolução do problema da pesquisa, nota-se a importância do processo de coleta de dados e como um procedimento inadequado poderia acarretar em grandes prejuízos ao estudo.

Beuren et al. (2013, p. 118) destacam que “[...] após a etapa de coleta de dados, estes precisam ser tratados para facilitar a construção de um raciocínio conclusivo”, ou seja, de posse

dos dados necessários o pesquisador precisa realizar um processo de organização desses dados, a fim de que os mesmos possam se tornar informações pertinentes e relevantes para o estudo.

O desenvolvimento deste estudo iniciou com a delimitação das empresas a serem abrangidas pela pesquisa, sendo que em momento anterior à distribuição do instrumento de pesquisa à todas as empresas selecionadas houve a realização de um pré-teste, em virtude do questionário ter sido elaborado integralmente pelos autores. Dessa forma, o pré-teste visou evidenciar possíveis falhas na redação do questionário formulado, tais como imprecisão na redação, complexibilidade ou questões desnecessárias, a fim de que os resultados obtidos representassem com maior verossimilhança a situação pesquisada.

O pré-teste foi aplicado em 6 (seis) empresas entre o dia 28 de março e 7 de abril de 2019, e entendeu-se como necessário que os pesquisadores estivessem presentes enquanto os empresários responsáveis por estas empresas respondiam ao questionário, a fim de permitir a identificação, com maior facilidade e assertividade, de possíveis incompreensões das questões que compunham o instrumento de pesquisa mencionado.

Após a conclusão dos procedimentos do pré-teste e do ajuste no instrumento de pesquisa iniciou-se o processo de aplicação dos questionários diretamente aos responsáveis pelas empresas selecionadas, o qual ocorreu no mês de maio de 2019, vale destacar que para facilitar a distribuição do questionário e para permitir uma experiência mais dinâmica e agradável aos respondentes os pesquisadores utilizaram-se da plataforma *Survio*, pela qual foi possível estruturar o instrumento de pesquisa a fim de que processo para respondê-lo fosse intuitivo e totalmente online, ainda, o envio dos questionários também ocorreu por meio de funcionalidades oferecidas pela própria plataforma, sendo o encaminhamento de *hiperlink* que direcionava à pesquisa diretamente ao *e-mail* dos sujeitos pesquisados e disponibilização de um *link* que pôde ser utilizado para compartilhamento da pesquisa por meio de outras plataformas, tais como *WhatsApp* (aplicativo de mensagens instantâneas) e redes sociais,

Ainda, o estudo buscou prognosticar o futuro da profissão contábil, para tanto foram utilizados os dados obtidos quanto as necessidades de mercado, conjuntamente com os materiais de outras pesquisas publicadas, livros e artigos sobre o tema.

3.7 ANÁLISE E SISTEMATIZAÇÃO DOS DADOS

A realização de uma pesquisa de campo tem como função primordial investigar como os temas debatidos no estudo comportam-se no ambiente, destaca-se que na pesquisa qualitativa verifica-se a necessidade de analisar de forma crítica os dados obtidos sobre o objeto pesquisado. (MICHEL, 2015).

Na realização deste estudo os dados obtidos mediante as perguntas do questionário aplicado nas empresas que compõem a amostra foram tabulados e sistematizados com a utilização das funcionalidades e recursos oferecidos pela plataforma *Survio*, gerando tabelas e gráfico para melhor visualização e entendimentos das respostas.

No que tange aos resultados obtidos, destaca-se que as empresas pesquisadas tiveram suas identidades preservadas, sendo os resultados expostos como um todo.

3.8 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

As limitações deste estudo referem-se principalmente ao tamanho da amostra em relação as empresas como fonte de dados primário.

Os fatores que dificultaram a realização da pesquisa de levantamento junto as empresas consistiu basicamente do receio por parte dos sujeitos em responder ao instrumento de pesquisa, mesmo sendo informados de que os dados seriam processados sem divulgação dos indivíduos.

Ainda, verificou-se uma concentração de microempresas, sendo que em alguns municípios não foi possível obter respostas de empresas de pequeno porte e de grande porte, fato impulsionado pelo perfil comercial e industrial da região abrangida pela pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão expostos os resultados obtidos por meio da sistematização dos dados primários provenientes da pesquisa de levantamento realizada nas 38 (trinta e oito) empresas. A partir dos resultados alcançados com a realização do levantamento busca-se, ainda, neste capítulo prognosticar o futuro da profissão contábil neste novo mercado.

4.1 PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS QUANTO AOS SERVIÇOS CONTÁBEIS

A pesquisa de levantamento foi realizada em empresas localizadas em municípios do estado do Rio Grande do Sul, quais sejam: Frederico Westphalen, Rodeio Bonito, Palmitinho, Palmeira das Missões e Seberi, e no município de Palmitos, localizado no estado de Santa Catarina.

A amostra de empresas englobou comércios, indústrias e prestadoras de serviços. A representatividade verificada para cada um desses ramos se mostrou coerente com a realidade observada na região, sendo classificadas como comércio 68,4% (sessenta e oito inteiros e quatro décimos por cento) das empresas, como indústria 10,5% (dez inteiros e cinco décimos por cento) e como prestadoras de serviços 21,1% (vinte e um inteiros e dez décimos por cento).

Entre as empresas pesquisadas verificou-se que 65,8% (sessenta e cinco inteiros e oito décimos por cento) eram microempresas, 26,3% (vinte e seis inteiros e três décimos por cento) eram empresas de pequeno e 7,9% (sete inteiros e nove décimos por cento) constituíam-se de empresas de grande porte.

Ainda, sobre o perfil dos respondentes foi possível observar relação entre o tempo de atuação da empresa no ramo e o tempo que o atual escritório contábil presta serviço à mesma, sendo que, a partir de análise individualizada das respostas obtidas, constatou-se que grande parte das empresas da amostra mantem o mesmo escritório contábil contrato no início de suas atividades.

A análise das respostas obtidas no levantamento possibilitou a identificação das necessidades das empresas quanto aos serviços contábeis e uma compreensão das percepções que os sujeitos pesquisados possuem sobre o profissional contábil e as competências necessárias para que este desenvolva suas atividades de forma adequada.

No que se refere à satisfação das empresas quanto aos serviços prestados por seus atuais escritórios contábeis verificou-se insatisfação, principalmente, no que tange ao fornecimento de relatórios importantes para a administração, assessoria para auxiliar na solução de problemas e valor dos honorários.

Ainda, em pergunta de resposta aberta, quanto as principais qualidades que devem ser satisfeitas pelos escritórios contábeis, foi possível observar que a maioria dos respondentes citou qualidades relacionados a prontidão e agilidade nas solicitações de relatórios e assessoria para auxiliar o administrador, demonstrando o interesse desses empresários em possuírem um conjunto adequado de informações para os processos de tomada de decisão.

Para buscar identificar a percepção dos empresários quanto a alguns serviços contábeis os sujeitos da pesquisa foram impelidos a classificar tais serviços pelo o nível de relevância que teriam para a empresa, sendo que os dados obtidos se encontram dispostos na tabela a seguir:

Tabela 01: Relevância dos serviços contábeis

Serviço contábil	Muito relevante	Relevante	Razoavelmente relevante	Sem relevância
Confecção da folha de pagamento	10 (26,3%)	20 (52,6%)	5 (13,2%)	3 (7,39%)
Apuração dos impostos	22 (57,9%)	12 (31,6%)	4 (10,5%)	0
Escrituração contábil e fiscal	15 (39,5%)	18 (47,4%)	4 (10,5%)	1 (2,6%)
Elaboração e entrega dos demonstrativos contábeis	13 (34,2%)	23 (60,5%)	2 (5,3%)	0
Relatórios de uso gerencial	9 (23,7%)	23 (60,5%)	6 (15,8%)	0
Relatórios para obtenção de crédito junto a instituições bancárias	8 (21,1%)	18 (47,4%)	6 (15,8%)	6 (15,8%)
Assessoria gerencial e administrativa	13 (34,2%)	17 (44,7%)	6 (15,8%)	2 (5,3%)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Por meio da tabela apresentada é possível verificar que a maioria dos empresários entende que os serviços contábeis listados são muito relevantes ou, no mínimo, relevantes para a empresa. Destaca-se que entre os serviços contábeis com maior índice de classificação como “Muito relevante” encontra-se a assessoria gerencial e administrativa, este serviço foi o terceiro mais classificado como “Muito relevante”, sendo que 13 (treze) indivíduos da amostra o qualificaram desta forma, se igualando a classificação de “Muito relevante” atribuída ao serviço de elaboração e entrega dos demonstrativos contábeis, fato que demonstra que os empresários reconhecem a necessidade e a importância de possuírem assessoria gerencial e administrativa baseada nos dados e informações que o profissional contábil tem sobre a situação econômica, financeira e patrimonial da empresa.

Em relação a importância de determinadas competências na formação do profissional contábil os resultados obtidos encontram-se dispostos na tabela abaixo:

Tabela 02: Relevância das competências para a formação do profissional contábil

Competência	Muito relevante	Relevante	Razoavelmente relevante	Sem relevância
Conhecimento técnico sobre escrituração contábil e fiscal	27 (71,1%)	11 (28,9%)	0	0
Conhecimento sobre legislação tributária	29 (76,3%)	9 (23,7%)	0	0
Conhecimento quanto ao mercado financeiro	18 (47,4%)	16 (42,1%)	4 (10,5%)	0
Conhecimento quanto aos ramos de atuação dos clientes	16 (42,1%)	19 (50%)	3 (7,9%)	0
Facilidade em comunicação e oratória	14 (36,8%)	20 (52,6%)	4 (10,5%)	0
Facilidade e assertividade para resolver problemas	19 (50%)	18 (47,4%)	1 (2,6%)	0

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir da classificação de relevância realizada pelos indivíduos da amostra nota-se que na perspectiva da maioria dos empresários todas as competências elencadas são relevantes ou muito relevantes, ou seja, o mercado espera que além da parte técnica, própria da área, os

profissionais contábeis tenham conhecimento e domínio em outras áreas e atividades que nem sempre são atreladas a profissão.

4.2 O FUTURO DA PROFISSÃO CONTÁBIL FRENTE ÀS DEMANDAS DO MERCADO

O futuro da profissão contábil, assim como de qualquer outra profissão, não é algo que possa ser previsto e visualizado com certeza, entretanto, a observação crítica das mudanças que têm ocorrido tanto no meio empresarial quanto no social permite que sejam feitas algumas inferências quanto as atividades que o profissional contábil desempenhará no futuro, e, principalmente os métodos que serão utilizados para execução de tais atividades.

A evolução tecnológica já é fator preponderante no meio contábil, as demonstrações que antes eram elaboradas e entregues em meio físico migraram para o formato digital, onde todas as informações podem ser analisadas, filtradas e comparadas pelos órgãos fiscais responsáveis com simples comandos em *softwares*.

A densa inserção tecnológica que tem sido vista nos últimos anos e a rapidez com que ela tem ocorrido transforma algumas ideias antes inimagináveis totalmente possíveis em um futuro cada vez mais próximo. De fato, as atividades puramente técnicas e parametrizadas caminham para serem desempenhadas única e exclusivamente por *softwares*, que certamente serão muito mais precisos e rápidos do que os humanos.

O vislumbre deste futuro para a profissão contábil pode preocupar ou instigar a mudança por parte dos profissionais. O entendimento, já tantas vezes citado, de que a ciência contábil se constitui de uma ciência social contribui para compreensão desta constante necessidade de mudança no sentido de adequar-se às necessidades da sociedade.

Nesse sentido, ao considerar a real possibilidade de que grande parte das atividades desempenhadas hoje por profissionais contábeis serão realizadas no futuro por *softwares*, torna-se necessário identificar quais tarefas estes profissionais desempenharão e quais as oportunidades que emergem em meio a este mercado. Para tanto, é válido ressaltar que o componente humano não pode ser substituído em sua totalidade, e, ainda, que a ciência contábil não se restringe a lançamentos e cálculos de tributos.

Durante a realização deste estudo foi possível verificar por meio da pesquisa de levantamento que os empresários já identificam como necessários serviços que vão além da escrituração contábil e fiscal para elaboração e entrega de demonstrações contábeis obrigatórias.

Os resultados da pesquisa demonstram a ênfase dada pelos empresários aos serviços contábeis relacionados à assessoria gerencial e administrativa, com destaque especial para a presença de agilidade e prontidão no fornecimento de informações que possam contribuir para melhor gerenciamento do negócio.

A identificação desse cenário pode ensejar debates quanto a percepção de importância dada pelos empresários quanto ao cumprimento das obrigações fiscais, mesmo estas resultando em penalidades em caso de descumprimento, perante este contexto é possível desenvolver análises pertinentes e que contribuam para visualização das demandas existentes e das possibilidades frente a estas.

As respostas quanto ao grau de relevância dos serviços não devem promover um descaso às obrigações fiscais, mas sim a busca por otimização destas atividades nos escritórios contábeis, de forma que seja reduzido o tempo de trabalho gasto em atividades repetitivas, por meio da utilização de *softwares* próprios, por exemplo, refletindo em maior disponibilidade de tempo de trabalho para que estes profissionais dediquem-se à análise das demonstrações contábeis geradas e elaboração de relatórios pertinentes à administração, contribuindo para o desenvolvimento dos negócios de seus clientes.

Ainda, esta necessidade de informação evidenciada na pesquisa também pode ser aproveitada pelos profissionais contábeis por meio do fornecimento apenas desses serviços de assessoria e consultoria, constituindo-se de um nicho de mercado próprio, e possibilitando inclusive parcerias entre esse modelo de escritório e aqueles que já prestam serviços “tradicionais” de contabilidade.

Destaca-se que a amostra desta pesquisa é composta predominantemente por microempresas e empresas de pequeno porte, localizadas em região distante de grandes centros comerciais e de regiões metropolitanas, ou seja, possivelmente os resultados da pesquisa representam um entendimento já consolidado a algum tempo em grandes centros e capitais do país.

Este distanciamento das empresas pesquisadas quanto à algumas metodologias de trabalho já difundidas em regiões mais desenvolvidas em termos comerciais e mercadológicos pôde ser verificado na pesquisa de levantamento em virtude dos questionamentos quanto à contabilidade prestada de forma totalmente online.

Os dados da pesquisa demonstraram que a maioria dos empresários nunca ouviu falar nem leu sobre contabilidade online ou contabilidade digital, em termos mais precisos apenas 34,2% (trinta e quatro inteiros e dois décimos por cento) da amostra tinha algum conhecimento do tema, sendo que os 65,8% (sessenta e cinco inteiros e oito décimos por cento) restantes não tinham conhecimento da existência deste modelo de serviço.

Desses 34,2% (trinta e quatro inteiros e dois décimos por cento) já conhecedores, no mínimo, dos termos contabilidade online ou digital apenas 30,8% (trinta inteiros e oito décimos por cento) estariam dispostos a contratar este modelo de serviço, em número absolutos do total da amostra, composta por 38 (trinta e oito) empresas, somente 4 (quatro) empresas contratariam um serviço contábil prestado exclusivamente de forma digital.

À parcela da amostra disposta a contratar um serviço contábil totalmente digital questionou-se os motivos que levariam a contratação deste tipo de serviço, sendo constatada unanimidade quanto a possibilidade de controle dos serviços contábeis desempenhados a partir de plataformas digitais, demonstrando que a possibilidade de um preço mais baixo não representa o principal motivo para que os empresários migrem para a contabilidade digital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados obtidos mediante a pesquisa de levantamento junto as empresas verificou-se que a percepção de necessidade e relevância de serviços contábeis por parte dos empresários enseja em oportunidades aos profissionais contábeis quanto ao fornecimento de serviços próprios de assessoria e consultoria, com foco na organização e disponibilização de informações que possam ser utilizadas nos processos decisórios da organização, contribuindo para que este seja adequado e assertivo.

A adequada percepção das demandas do mercado de atuação do profissional contábil é essencial tanto aos profissionais já formados e atuantes quanto para os graduandos em ciências contábeis, sendo necessário buscar o desenvolvimento de competências pertinentes, para facilitar a inserção no mercado de trabalho destes e evitar obsolescência daqueles.

Referindo-se aos níveis de satisfação dos sujeitos da pesquisa de levantamento quanto aos serviços contábeis oferecidos por seus escritórios atuais foi possível constatar que a insatisfação é verificada em três principais pontos, sendo no fornecimento de relatórios importantes para a administração, assessoria para auxiliar na solução de problemas e no valor dos honorários. Destaca-se que por meio de análise individualizada das respostas verificou-se que as empresas insatisfeitas com o valor dos honorários não são as mesmas insatisfeitas com os serviços de fornecimento de relatório e assessoria, sendo o contrário também válido. Esta

situação demonstra que as empresas que gostariam de maior qualidade nos dois serviços citados possivelmente estariam dispostas a investir um valor maior em relação aos honorários.

Ainda, a maioria dos empresários insatisfeitos com o valor dos honorários demonstraram-se satisfeitos como todos os demais serviços, sendo provável que os mesmos não atribuam valor aos serviços desempenhados, fato que pode ser impulsionado pelo perfil dos sujeitos da amostra ou real desconhecimento do potencial informativo dos serviços contábeis.

Entre os resultados obtidos vale destacar que qualidades relacionadas à agilidade, prontidão no fornecimento de informações e assessoria de forma geral foram indicadas pelos empresários como as principais qualidades que um profissional contábil deve possuir. Com base na frequência destas respostas pode-se inferir que as empresas possuem interesse nestes serviços e que conseqüentemente atribuem valor aos mesmos.

Esse direcionamento para serviços voltados à assessoria gerencial e administrativa representa uma tendência que tem sido verificada nos últimos anos, sendo estes nichos de mercado impulsionados ao considerar que o futuro da ciência contábil percorrerá um caminho de automação, de forma que as tarefas que atualmente tomam grande parte do tempo de trabalho do profissional contábil, escrituração contábil e fiscal, por exemplo, serão executadas por *softwares*, restando aos profissionais as atividades que exigem senso crítico de análise e compreensão de dados considerando as variáveis do contexto mercadológico e de gestão.

Neste contexto não são apenas os métodos para realização das atividades que sofrerão mudanças, a maneira como o serviço é oferecido e prestado também sofre os efeitos da inserção tecnológica. Os serviços contábeis prestados exclusivamente por meio de plataformas digitais já são uma realidade, porém, neste estudo verificou-se um elevado grau de desconhecimento sobre o assunto, que pode ser motivado: por fatores regionais em decorrência do distanciamento dos grandes centros; perfil dos empresários abrangidos na pesquisa, os quais, possivelmente, não são nativos digitais⁴; e a falta de debate deste assunto pelo próprios profissionais da área.

Quando considerada a parcela que conhecia sobre a contabilidade digital e que estaria disposta a contratar este modelo de serviço contábil constatou-se que o principal motivo de interesse refere-se a possibilidade de controle dos serviços contábeis por meio de plataformas digitais, neste ponto infere-se que tais respostas devem ser originárias de empresários habituados à utilização de interfaces e que visualizam a tecnologia de informação e comunicação como um facilitador de processos em todas as áreas.

Constatações diferentes no mesmo estudo, principalmente quanto às ferramentas tecnológicas, demonstra que o mercado contábil terá ainda por um bom período de tempo dois públicos distintos, que se diferenciam pela relação que possuem com a *internet* e o grau de essencialidade que atribuem a esta.

As necessidades de serviços contábeis verificada junto aos empresários e estas diferenças de utilização de plataformas expõem diversas oportunidades, verifica-se a necessidade de profissionais contábeis capazes de fornecer informação contábil útil tanto para os empresários habituados a utilização de plataformas digitais quanto para aqueles que estão apenas nos primeiros passos dessa inserção tecnológica, porém destaca-se que não há exigência de que tais profissionais abranjam todos os perfis de empresários, a fixação de um nicho de atuação e a delimitação clara quanto ao serviço prestado e a maneira como será oferecido e entregue representa uma interessante alternativa.

Diante dessas considerações é pertinente que outros estudos sejam realizados em relação aos assuntos debatidos neste trabalho, no que tange as oportunidades de mercado e futuro da profissão contábil pesquisas voltadas para a contabilidade digital podem identificar se a presença de empresários nativos digitais facilitará a difusão deste modelo de negócio, ainda

⁴ Termo cunhado em 2001 por Marc Prensky, servido para designar as gerações para quais o mundo sem *internet* basicamente não existe. (FUTURECOM, 2018).

novos estudo podem explorar também a percepção dos próprios profissionais contábeis quanto as mudanças no meio empresarial, identificando possíveis “pré-conceitos” que podem prejudicar o aproveitamento de novas demandas desse mercado.

Por fim, espera-se que o acesso ao presente estudo possa instigar acadêmicos e profissionais contábeis a questionarem por meio do viés crítico e científico os serviços contábeis atualmente oferecidos e se estes atendem de forma adequada as necessidades dos empresários, culminando em outros trabalhos que elucidem ainda mais o cenário que se conjectura para a profissão. De fato, é a partir do ato de questionar que a sociedade evolui, não sendo a profissão contábil alheia a esta máxima.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BAPTISTA, Makilim Nunes, CAMPOS, Dinael Corrêa de. **Metodologias de pesquisa em ciências**: análises quantitativa e qualitativa. 2ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 25 mai. 2019.

BEUREN, Ilse Maria, et. al. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 3ª ed. 8ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2013.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento conceitual básico (R1)**: Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. 2011. Disponível em: <http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf>. Acesso em: 29 set. 2018.

CORDEIRO, Jailma do Socorro; DUARTE, Ana Maria da Paixão. O profissional contábil diante da nova realidade. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 1, nº 1, 2006. Disponível em: <<http://revista.uepb.edu.br/index.php/qualitas/article/view/57/49>>. Acesso em: 19 out. 2018.

COSENZA, José Paulo. GOMES, Rebeca Correa. DEVILLART, Dayane Gomes Correa. Habilidades e competências inerentes ao profissional da contabilidade no atual mercado de trabalho brasileiro. **Revista Brasileira de Contabilidade**, nº 214, p. 32-57, set. 2015. Disponível em: <<http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/1287/929>>. Acesso em: 1 out. 2018.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Trad. Magda Lopes. Porto Alegre: Penso, 2012.

FUTURECOM. **Geração Internet**: quem são e como agem os nativos digitais. Disponível em: <<https://digital.futurecom.com.br/2018/04/11/geracao-internet-quem-sao-e-como-agem-os-nativos-digitais/>>. Acesso em: 31 mai. 2019.

HERNANDES, Anderson. **Como a tecnologia está mudando as empresas contábeis**. São Paulo: Tactus, 2018.

- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; FARIA, Ana Cristina de. **Introdução à teoria da contabilidade: para graduação**. 6ª ed., 2ª reimp. São Paulo: Atlas, 2018.
- LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Mariana de Andrade. **Metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 17ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- MARTINS, Maria de Fátima Oliveira. Um passeio na contabilidade, da pré-história ao novo milênio. **Adcontar**, Belém, v. 2, nº 1, p. 7-10, mai. 2001.
- MATIAS, Márcia Athayde; MARTINS, Gilberto de Andrade. Educação Empreendedora em Contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, nº 193, p. 40-53, ago. 2012. Disponível em: <<http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/975/694>>. Acesso em: 15 out. 2018.
- MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- NIYAMA, Jorge Katsumi; SILVA, César Augusto Tibúrcio. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- O GLOBO. **Consultoria lista profissões que devem sumir do mapa em 2025**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/consultoria-lista-profissoes-que-devem-sumir-do-mapa-em-2025-20132143>>. Acesso em: 12 set. 2018.
- PIRES, Charline Barbosa; OTT, Ernani; DAMACENA, Claudio. “Guarda-Livros ou “Parceiro de Negócios”? Uma análise do perfil profissional requerido pelo mercado de trabalho para contadores na região metropolitana de Porto Alegre (RMPA). **Revista Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 157-187, jul./set. 2009. Disponível em: <<https://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/view/655>>. Acesso em: 20 out. 2018.
- SÁ, Antonio Lopes de. **Luca Pacioli: um mestre do renascimento**. 2ª ed., rev. e amp. Brasília: Fundação Brasileira de Contabilidade, 2004.
- SILVA, Edson Cordeiro da. **Contabilidade empresarial para gestão de negócios: guia de orientação fácil e objetivo para apoio e consulta de executivos**. São Paulo: Atlas, 2008.